

COMUNICATO STAMPA, SETTEMBRE/OTTOBRE 2011

## **2012 : LA NUOVA IMMAGINE DEI SALONI DI MODA PARIGINI**

**LO SCORSO MAGGIO, WSN DEVELOPPEMENT HA ASSUNTO LA DIREZIONE OPERATIVA DEI SALONI ORGANIZZATI DALLA SODES\* E HA ANNUNCIATO DI AVER ACQUISITO UNA QUOTA DI PARTECIPAZIONE PARI AL 50% DEL SALONE MESS AROUND.**

**QUESTA RIDISTRIBUZIONE DELLE CARTE NELL'UNIVERSO DEI SALONI DI MODA PARIGINI MODIFICA FORTEMENTE IL PANORAMA FIERISTICO A PARTIRE DA GENNAIO 2012.**

*\*PRÊT-A-PORTER, THE BOX, ATMOSPHERE, LIVING ROOM, THE TRAIN*

### **UN OBIETTIVO : RENDERE LA 1A SESSIONE UN POLO D'ATTRAZIONE INTERNAZIONALE**

QUALCHE SETTIMANA FA, PARIGI HA CONFERMATO DI ESSERE LA CITTÀ PIÙ VISITATA AL MONDO DAL PUNTO DI VISTA TURISTICO.

WSN DEVELOPPEMENT ha l'ambizione di clonare la performance turistica della città di Parigi anche dal punto di vista fieristico sui saloni della 1° sessione\* . L'obiettivo dell'operatore leader delle fiere di moda francesi : raggiungere il 50% dei buyer internazionali entro 2 anni. Chiarezza, leggibilità, globalità, unità, coerenza, servizi... Ecco le linee guida per raggiungere l'obiettivo.

*\* WHO'S NEXT, PREMIERE CLASSE, PRÊT-A-PORTER PARIS e MESS AROUND.*

### **LE FONDAMENTA DI UN NUOVO EVENTO : WHO'S NEXT PRÊT-A-PORTER PARIS**

PER DELINEARE IL PASSAGGIO AD UNA NUOVA ERA, SI TRATTA PER WSN DEVELOPPEMENT DI PENSARE « GLOBAL » E DI SCOMMETTERE SU UN EVENTO UNICO, UN SOLO NOME, UN UNICO TEAM E UNA VISIONE COMUNE.

Se era fondamentale conservare nel nome l'energia e lo spirito che hanno reso celebre WHO'S NEXT fin dagli esordi, era essenziale capitalizzare sulla forza di impatto e la notorietà internazionali del marchio PRÊT-A-PORTER PARIS che oggi è un riferimento nell'universo dei saloni moda.

WHO'S NEXT PRÊT-A-PORTER PARIS offrirà, da gennaio 2012, su una superficie espositiva di 120 000 mq, una selezione moda unica al mondo, grazie a 2 500 marchi di prêt-à-porter e accessori, di cui 60% d'internazionali.

## UNA SEGMENTAZIONE BEN DEFINITA CHE VALORIZZA TUTTI I MERCATI

LA NUOVA ORGANIZZAZIONE PROPORRÀ 6 GRANDI UNIVERSI MODA :  
FAME - PRIVATE - MISTER BROWN - PREMIERE CLASSE - LE CUBE - MESS AROUND.

WHO'S NEXT PRÊT-A-PORTER PARIS concederà un ampio spazio al settore al centro del mercato : il prêt-à-porter femminile. Attorno a questo elemento di base, si sviluppano universi complementari e seducenti come la moda Urban Style e la moda Uomo, gli accessori moda, le calzature e la pelletteria. Per poter valorizzare l'insieme dell'offerta, WSN DEVELOPPEMENT punta allo sviluppo di servizi specifici, adatti alle esigenze dei marchi, per tipologia e per universo. Sfilate, forum tendenze e stili, esposizioni tematiche, conferenze e serate scandiranno il ritmo nei vari spazi con il duplice obiettivo di informare gli operatori e di valorizzare la creatività e il valore aggiunto di tutti i marchi presenti.

### FAME – PAD. 4

FAME riunisce i marchi internazionali più fantasiosi di prêt-à-porter femminile. Questa selezione esclusiva si limita volutamente a 200 espositori per stagione e vuole essere il passaggio obbligato per dettaglianti e grandi magazzini alla ricerca di prodotti esclusivi e di alta gamma. Il contesto, curato ed elegante, vuole valorizzare le collezioni. La selezione rinnovata dei suoi partecipanti permette all'evento di conservare la sua leadership in qualità di rivelatore di tendenze.

Tra i marchi presenti in questo universo : *American Retro, Annemie Verbeke, By Malene Birger, Day Birger et Mikkelsen, Erotokritos, Faliero Sarti, Laura Urbinati, Laurence Doligé, Le Mont Saint-Michel, Manoush, Misericordia, Orla Kiely, Roseanna, Sessun, Simoné Sauvage, Sita Murt, Sofie D'hoore, Swildens, Valentine Gauthier, Vannina Vesperini...*

### PRIVATE – PAD. 7.1 E 7.2

PRIVATE accoglie tutti i marchi internazionali di prêt-à-porter femminile. Ideato come un percorso evolutivo, il compratore scopre collezioni contemporanee e commerciali riunite per universi moda. L'offerta è suddivisa per segmenti di mercato imprescindibili: Les intemporelles (I Senza tempo), Les Créatives (I Creativi), Les Fantaisies (Le Fantasie) e La Soirée (La Serata). La pluralità e la complementarità delle linee hanno l'obiettivo di rispondere ad un mercato globale alla ricerca di prodotti di qualità unici. Focus moda, esposizioni inedite e spazi di informazione scandiranno il ritmo di visita, fornendo curiose anticipazioni sulle tendenze di domani.

Tra i marchi presenti in questo universo : *American Vintage, Creaconcept, Darling, DDP Woman, Deby Debo, Derhy, Devernois / D-Sport, Elisa Cavaletti, Et Compagnie, Finette, Garella, Guess by Marciano, Helena Sorel, Josephine & co, La fée Maraboutée, Lauren Vidal, Mais il est où le soleil?, PF Paola Frani, Save the queen!, Scapa...*

### MR.BROWN – PAD. 3

Oltre 300 marchi di tessuti, calzature e accessori che riflettono due mercati complementari: l'Uomo e L'Urban Style.

L'universo Uomo si rivolge a una distribuzione 25-35 anni e riunisce collezioni Sportswear, Città e Autentico. L'obiettivo di un'offerta così varia è proporre ai visitatori una visione attuale dell'uomo moderno metropolitano.

Tra i marchi : *Sebago, Timberland, Palladium, Veja, Pantofola D'oro, Façonnable Jeans, Musto, Henri Lloyd, Schmoove, Dr Denim, Schott N.Y.C...*

L'universo Urban Style si rivolge ad una distribuzione di 15-25 anni e propone collezioni Denim, Sport Lifestyle e Streetwear di leader internazionali e marchi emergenti. I compratori potranno trovare « IL prodotto » della stagione.

Tra i marchi : *Converse, New Balance, Puma, Onitsuka Tiger, G-Star Raw, Freesoul, Desigual, Le Temps Des Cerises, Kaporal, Freeman T. Porter, Eleven Paris, Bench...*

## PREMIERE CLASSE – PAD. 4/3/2.2

L'appuntamento internazionale dei creatori di accessori moda alla Porte de Versailles è la piattaforma di riferimento del mercato e si rivolge alla distribuzione prêt-à-porter. Ad ogni sessione partecipano 600 marchi. 3 grandi settori rappresentano l'offerta del salone : calzature, bijoux e borse. Collezioni di cappelli, foulard, cinture, ombrelli e guanti completano questa offerta. L'esigenza costante di proporre, ogni 6 mesi, una selezione mirata di prodotti dal forte potenziale commerciale e creativo è la chiave del successo di PREMIERE CLASSE. Spazi-evento, Nomad Lounge o Pop Up, rivelano i nuovi talenti e presentano le tendenze forti di domani.

Tra i marchi presenti in questo universo :

Bijoux : *Philippe Audibert, 5 Octobre, Hervé Van Der Straeten, Tatty Devine, Monies, N2...*

Borse : *Barbara Rihl, Coccinelle, Aridza Bross, Great By Sandie, Petite Mendigote, Leapioperaie...*

Calzature : *Melissa, AnnieL, La Botte Gardiane, Swedish Hasbeen, Arche, Annabel Winship...*

Foulard : *Marc Rozier, Yarnz...*

Cinture : *Maison Boinet, Nanni...*

Cappelli : *Anthony Peto, Stetson...*

## LE CUBE – PAD. 2.2

Le Cube riunisce l'offerta pelletteria della Porte de Versailles. La suddivisione dei prodotti per settore d'attività si rivolge alla distribuzione specializzata. Questo universo valorizza la pelle e la valigeria raggruppando i leader del settore : creatori di piccola pelletteria, produttori di valigie e accessori da viaggio, marchi di borse.

Tra i marchi presenti in questo universo :

*Ump, DDP Woman, Cuir & Terre, Issentiel, Gérard Henon, Ogon Designs, Acme Studio...*

## MESS AROUND – PAD. 2.1

MESS AROUND è il cuore dell'informazione e del business dei protagonisti del mercato delle calzature. Riunendo oltre 300 marchi donna, uomo e bambino, MESS AROUND, da vero esperto, si rivolge a tutti i consumatori e risponde alle esigenze di tutta la distribuzione del settore. La ricchezza, la diversità e l'alto livello dell'offerta, nonché la capacità del salone di valorizzare il savoir-faire degli svariati attori della professione, sono tutti elementi che contribuiscono alla pertinenza dell'evento. MESS AROUND è anche "MINI MESS" posizionandosi come il più grande salone di calzature dedicato al bambino in Europa.

Tra i marchi presenti in questo universo :

*Kickers, Camper, Aigle, Gant, El Naturalista, Dkode, Pindièrre, Jb Martin, Fluchos, Mephisto, Buggy, TBS, Patrick, Les Tropeziennes...*

Calzature Bambino : *Pom d'Api, Naturino, Petit Bateau, Groupe Noël, GBB, Mod8, Aster, Chipie, Bopy, Primigi...*

## COMUNICAZIONE E PIU' SERVIZI PER RAFFORZARE L'ATTRATTIVITA' DI PARIGI

PER AUMENTARE IL NUMERO DEI VISITATORI INTERNAZIONALI, IL NETWORK DI AGENTI COMMERCIALI E ISTITUZIONALI DI PRET-A-PORTER PARIS, COMPLETATO E RAFFORZATO DALL'EQUIPE DI COLLABORATORI INTERNAZIONALI DI WHO'S NEXT, METTERÀ IN ATTO UN PROGRAMMA MIRATO DI AZIONI DI PROMOZIONE IN OGNI PAESE NEL CORSO DELL'ANNO.

Al quartiere fieristico della Porte de Versailles, tutto sarà organizzato per rafforzare e ottimizzare la qualità dell'accoglienza: un'entrata e una tariffa unici, un pass d'ingresso e supporti d'informazione comuni, servizi di navette e conciergerie, un welcome pack alle stazioni e agli aeroporti...

## **IL NUOVO CALENDARIO : COLLEZIONI INVERNO : 21-24 GENNAIO 2012 COLLEZIONI ESTATE : 30 GIUGNO – 3 LUGLIO 2012**

LA PROBLEMATICHE DELLE DATE È UN TEMA SUL QUALE SI DISCUTE DA OLTRE 10 ANNI. E PER UNA GIUSTA CAUSA : IL CALENDARIO DEGLI ACQUISTI NELLA MODA ANTICIPA ! DAI SALONI DI MATERIE PRIME ALLE FASHION WEEK : GLI APPUNTAMENTI SI ORGANIZZANO SEMPRE PIÙ IN ANTICIPO.

Rinviata a più riprese per mancanza di una forte intesa, la data di fine giugno / inizio luglio assumerà tutto il suo senso a partire dal 2012 e permetterà ai saloni della Porte de Versailles di posizionarsi come il 1° appuntamento per gli acquisti delle collezioni primavera-estate. Data ideale per i compratori internazionali, questo nuovo posizionamento vuole consolidare il ruolo a livello internazionale di WHO'S NEXT PRÊT-A-PORTER PARIS, senza dimenticare la complementarità con gli showroom di moda maschile che si svolgono nella capitale negli stessi giorni. Le equipe di WSN DEVELOPPEMENT sono consapevoli del turbamento che questo cambiamento di date può inizialmente provocare, ma il team organizzativo di WHO'S NEXT PRÊT-A-PORTER PARIS aveva l'obbligo di avere una visione a lungo termine per dirigere i marchi verso un calendario più propizio per il loro sviluppo commerciale.

## **3 APPUNTAMENTI NELLA 2A SESSIONE 2-5 MARZO 2012 28 SETTEMBRE – 1 OTTOBRE 2012**

DA MARZO 2012, LA 2A SESSIONE DEI SALONI PARIGINI SI SVILUPPERÀ ATTORNO A 3 APPUNTAMENTI DAI NOMI EVOCATIVI : PREMIERE CLASSE E THE BOX PER L'ACCESSORIO MODA, E L'ATELIER CON UNA SELEZIONE DI CREATORI FEMMINILI.

Per la 2a sessione, PREMIERE CLASSE, leader incontrastato nel mercato dell'accessorio moda da oltre 20 anni, continuerà a puntare su una selezione mirata di 350 designer di accessori moda, i più creativi a livello internazionale. THE BOX completerà l'offerta riunendo i marchi di accessori creativi e commerciali che desiderano sviluppare la loro distribuzione internazionale.

L'ATELIER creerà l'evento durante la 2a sessione diventando l'appuntamento da non perdere del prêt-à-porter femminile dei creatori di alta gamma. Molto più di una fusione tra PARIS SUR MODE ATELIER e ATMOSPHERE'S, il nuovo appuntamento riposiziona la sua offerta con una selezione di circa 70 marchi. PREMIERE CLASSE e L'ATELIER si svolgeranno presso il Jardin des Tuileries e THE BOX al Pavillon Cambon.

L'obiettivo di WSN DEVELOPPEMENT è quello di mantenere alto il livello della selezione in questa 2a sessione e di portare i marchi che ne hanno il potenziale a lavorare sulla propria immagine andando incontro ad un pubblico di compratori estremamente esperto e qualificato. Durante la 1° sessione alla Porte de Versailles sarà favorito l'aspetto commerciale.

## **NUOVI TEAM, NUOVO ORGANIGRAMMA**

A SEGUITO DELL'AFFIANCAMENTO DELLE DUE STRUTTURE, 10 PERSONE DELLA SODES, CON UN PROFILO PARTICOLARMENTE COMMERCIALE HANNO INTERGRATO E COMPLETATO IL TEAM DI WSN DEVELOPPEMENT, PORTANDO A CIRCA 50 IL NUMERO TOTALE DEGLI EFFETTIVI DELL'AZIENDA.

Ricalcando la precedente organizzazione commerciale di WSN DEVELOPPEMENT, le equipe sono suddivise in tre poli : femminile / maschile-urban style / accessori, rispettivamente diretti da Sophie Guyot, Luc Biermé e Sylvie Pourrat, sotto la supervisione di 2 segretari generali del salone, associati a WSN DEVELOPPEMENT, Bertrand Foäche et Xavier Clergerie.

La direzione della comunicazione e dello sviluppo internazionale rimangono affidate a Boris Provost.

E' importante precisare che se la Fédération du prêt-à-porter féminin non fa più parte del comitato organizzativo dei saloni, WSN DEVELOPPEMENT farà comunque appello alla sua esperienza sulle problematiche e sulle sfide internazionali.